

رقم الدورة 1319

دورة الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال

الإدارة الاستراتيجية والاستراتيجية المؤسسية
إدارة الأعمال والقيادة

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

دورة الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال هي برنامج تدريبي مهني متكامل يهدف إلى تطوير قدرات القيادات والمديرين والاستراتيجيين ومحلي الأعمال والمتخصصين في تحليل بيانات الأعمال وتقييم المنافسة ودعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية. تقدم الدورة منهجية متكاملة لفهم الأسواق والقطاعات، وتحليل أداء الأعمال، وتقييم الفرص والتهديدات، وتطوير استجابات استراتيجية تعزز القدرة التنافسية والأداء المؤسسي المستدام.

تتطلب الاستراتيجية التنافسية الفعالة من المؤسسات فهم قدراتها ومواردها ومنتجاتها وخدماتها، إلى جانب فهم العملاء والمنافسين وقوى السوق وديناميكيات القطاع والتطورات التقنية والمتطلبات التنظيمية والفرص الناشئة. توفر الدورة للمشاركين أساليب عملية لإجراء تحليل منظم للأعمال وتحويل نتائج التحليل إلى قرارات استراتيجية وأولويات تنافسية ومبادرات أعمال قابلة للتنفيذ.

تغطي الدورة الجوانب الأساسية للاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال، بما في ذلك تحليل القطاعات والأسواق، وتحليل المنافسين، وتحديد الموقع التنافسي، وتحليل العملاء، ونماذج الأعمال، والقيمة المقدمة، والقدرات المؤسسية، والمعلومات التنافسية، والخيارات الاستراتيجية، وتحليل أداء الأعمال، والمخاطر الاستراتيجية، وتنفيذ الاستراتيجية. كما يتعلم المشاركون كيفية استخدام أطر التحليل الاستراتيجي بصورة عملية في البيئات المعقدة والمتغيرة.

تم تصميم دورة الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال لتناسب الجهات الحكومية والوزارات والمؤسسات العامة والبنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز والشركات الكبرى. ومن خلال دراسات الحالة والتمارين التحليلية والسيناريوهات التنافسية وورش العمل التطبيقية، يطور المشاركون القدرة على تقييم بيانات الأعمال، وتحديد الفرص والتهديدات التنافسية، وتعزيز الموقع الاستراتيجي، ودعم القرارات الإدارية المبنية على التحليل والأدلة.

أهداف الدورة

- تحليل هياكل القطاعات وظروف الأسواق واحتياجات العملاء والقوى التنافسية والقدرات المؤسسية خلال فترة الدورة.

- تقييم الموقع التنافسي للمؤسسة من خلال تحليل نقاط القوة والضعف والقدرات والموارد والفجوات الاستراتيجية.
- تطبيق أساليب منظمة لتحليل الأعمال بهدف تحديد فرص السوق والتهديدات التنافسية ومشكلات الأداء والأولويات الاستراتيجية.
- تطوير أهداف للاستراتيجية التنافسية تتوافق مع الاستراتيجية المؤسسية وظروف السوق واحتياجات العملاء والقدرات المتاحة.
- تقييم المنافسين ومواقعهم الاستراتيجية لتحديد مصادر الميزة التنافسية ونقاط الضعف والفرص المحتملة.
- تحليل نماذج الأعمال والقيمة المقدمة وشرائح العملاء ومحركات الإيرادات لتحديد فرص التحسين الاستراتيجي.
- تصميم بدائل استراتيجية تستند إلى جاذبية السوق والموقع التنافسي والقدرات المؤسسية والموارد والمخاطر والنتائج المتوقعة.
- تحسين عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية من خلال تطبيق أساليب تحليل الأعمال المبنية على المعلومات والمعايير المنظمة.
- تطوير استجابات عملية للضغوط التنافسية وتغيرات الأسواق والتطورات التقنية والفرص التجارية الناشئة.
- تعزيز المواءمة بين الاستراتيجية التنافسية وأداء الأعمال والموارد والمبادرات الاستراتيجية.
- تطبيق أساليب تحليل الأداء والسوق لمتابعة الموقع التنافسي وتحديد القضايا الاستراتيجية الناشئة.
- إعداد إطار عملي للاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال لمعالجة تحدٍ أو فرصة حقيقية في بيئة العمل.
- الفئات المستهدفة:
- تستهدف دورة الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال القيادات التنفيذية، والمديرين، ومديري الاستراتيجية والتخطيط، ومديري تطوير الأعمال، ومحلي الأعمال، والمديرين التجاريين، ومديري التسويق، ومتخصصي معلومات السوق، والمتخصصين في الاستثمار، ومديري العمليات، وقادة التحول المؤسسي، وصناع القرار المشاركين في التخطيط الاستراتيجي وتطوير أداء الأعمال.
- وتناسب الدورة بشكل خاص المهنيين العاملين في الجهات الحكومية والوزارات والمؤسسات العامة والبنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز والطاقة والمؤسسات الصناعية والتجارية والشركات الكبرى. كما

تعد مناسبة للمتخصصين في الاستراتيجية وتطوير الأعمال والتخطيط والتسويق والمبيعات والمالية والاستثمار والعمليات وإدارة المخاطر والبحوث والابتكار والتحول المؤسسي.

- كما تناسب المهنيين الذين يحتاجون إلى تحليل البيانات التنافسية وتقييم فرص الأعمال وتحليل القدرات المؤسسية ودعم القرارات الاستراتيجية وإعداد التوصيات التجارية والمساهمة في المبادرات الاستراتيجية. وتعد الدورة مناسبة كذلك للمديرين الذين يستعدون لتولي مسؤوليات استراتيجية أوسع وللمهنيين الذين يرغبون في تطوير قدراتهم في التحليل الاستراتيجي والاستراتيجية التنافسية.

الفئة المستهدفة

The Competitive Strategy & Business Analysis Training Course is designed for executives, directors, senior managers, strategic planning managers, corporate strategy professionals, business development managers, business analysts, commercial managers, marketing managers, market intelligence specialists, investment professionals, operations managers, transformation leaders, and decision makers involved in strategic planning and business performance.

The course is particularly relevant to professionals working in government entities, ministries, public sector organizations, banks and financial institutions, oil and gas organizations, energy companies, industrial organizations, commercial enterprises, and large corporations. It is also suitable for specialists working in strategy, business development, planning, marketing, sales, finance, investment, operations, risk management, research, innovation, and organizational transformation.

The program is appropriate for professionals who need to analyze competitive environments, assess business opportunities, evaluate organizational capabilities, support strategic decisions, develop business recommendations, or contribute to strategic initiatives. It is also valuable for managers preparing for broader strategic responsibilities and professionals seeking to strengthen their analytical and competitive strategy capabilities.

مخرجات التعلم

- تحليل ظروف القطاعات والأسواق باستخدام أساليب منظمة للتحليل التنافسي وتحليل الأعمال.
- تقييم القدرات والموارد والعمليات والمنتجات والخدمات والموقع التنافسي للمؤسسة.
- تحديد القوى التنافسية الرئيسية ومحركات السوق والفرص الناشئة والتهديدات المحتملة.
- تقييم استراتيجيات المنافسين وقدراتهم ومواقعهم ونقاط قوتهم وضعفهم واستجاباتهم المحتملة.
- تحليل شرائح العملاء واحتياجاتهم والقيمة المقدمة لهم ومحركات الأعمال المؤثرة في الأداء التنافسي.
- تقييم نماذج الأعمال الحالية وتحديد فرص التحسين أو التطوير أو الابتكار الاستراتيجي.
- تطوير ومقارنة البدائل التنافسية وفق الملاءمة الاستراتيجية وجاذبية السوق والموارد والمخاطر والأثر المتوقع.
- تحديد مصادر الميزة التنافسية المحتملة وتقييم كيفية تعزيزها والمحافظة عليها.
- تطبيق تحليل الأعمال لدعم القرارات الاستراتيجية المتعلقة بالأسواق والمنتجات والعملاء والموارد والاستثمارات.
- تطوير استجابات استراتيجية للضغوط التنافسية واضطرابات الأسواق والتغيرات التقنية وتطور احتياجات العملاء.
- تطوير مؤشرات أداء وتنافسية مناسبة لمتابعة الموقع الاستراتيجي ونتائج الأعمال.
- إعداد وعرض توصية متكاملة للاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال لمعالجة تحدٍ مؤسسي حقيقي أو افتراضي.
- مخطط الدورة:

محاور الدورة

اليوم الأول

أسس الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال

- مفهوم الاستراتيجية التنافسية ودورها في تحقيق الأداء المؤسسي.
- العلاقة بين الاستراتيجية المؤسسية واستراتيجية الأعمال والاستراتيجية التنافسية والتنفيذ التشغيلي.
- مبادئ التحليل الاستراتيجي للأعمال واتخاذ القرارات المبنية على الأدلة.
- تقييم الرؤية والتوجه الاستراتيجي والأهداف والأولويات المؤسسية.
- التحليل الداخلي للموارد والقدرات والعمليات والمنتجات والخدمات ونقاط القوة المؤسسية.
- تحديد الفجوات الاستراتيجية ونقاط الضعف والقيود المتعلقة بالقدرات.
- تحليل البيئة الخارجية وتحديد محركات السوق والأعمال.
- فهم هيكل القطاع وديناميكيات السوق والقوى التنافسية.
- تحديد الفرص والتهديدات والاتجاهات والتحديات التجارية الناشئة.
- تطوير الأسئلة الاستراتيجية وتحديد نطاق تحليل الأعمال.
- التطبيق العملي والمناقشة: إجراء تحليل أولي للاستراتيجية التنافسية والأعمال لمؤسسة أو وحدة أعمال أو سوق محدد.

اليوم الثاني

تحليل الأسواق والعملاء والموقع التنافسي

- فهم هيكل السوق وجاذبية الأسواق وفرص تطويرها.
- تحليل شرائح العملاء واحتياجاتهم وسلوكياتهم وتوقعاتهم ومحركات الشراء.
- تحليل القيمة المقدمة للعملاء ومصادر تحقيق قيمة حقيقية لهم.
- تحديد الاحتياجات غير المستوفاة والفجوات السوقية.

اليوم الثاني — تابع

- تقييم المنافسين واستراتيجياتهم وقدراتهم ومواقعهم في السوق.
- جمع وتحليل المعلومات التنافسية وإجراء التقييم المنظم للمنافسين.
- تحديد نقاط قوة المنافسين وضعفهم وفرصهم ونقاط تعرضهم للمخاطر.
- تحليل شدة المنافسة والاستجابات المحتملة للمنافسين في السوق.
- تطوير الموقع التنافسي واستراتيجيات التميز.
- تقييم الفرص الاستراتيجية في الأسواق وإمكانات النمو.
- استخدام معلومات السوق والمنافسة لدعم القرارات الإدارية والاستراتيجية.
- التطبيق العملي والمناقشة: إعداد تحليل للسوق والمنافسين وبناء تقييم للموقع التنافسي لأعمال أو مؤسسة محددة.

اليوم الثالث

نماذج الأعمال والخيارات الاستراتيجية والميزة التنافسية

- فهم نماذج الأعمال ودورها في الاستراتيجية التنافسية.
- تحليل خلق القيمة وتقديم القيمة وتحقيق القيمة الاقتصادية.
- تقييم المنتجات والخدمات وشرائح العملاء والقنوات ومحركات الإيرادات.
- تحديد القدرات الاستراتيجية ومصادر الميزة التنافسية.
- تقييم مزايا التكلفة والتميز والتخصص والموقع الاستراتيجي.
- تحليل نقاط القوة والضعف ونقاط التعرض للمخاطر في نموذج الأعمال.
- تطوير البدائل الاستراتيجية بناءً على تحليل السوق والمؤسسة.
- تقييم الخيارات الاستراتيجية وفق الجدوى والملاءمة والموارد والمخاطر والأثر المتوقع.
- تقييم فرص تطوير الأسواق والمنتجات والخدمات والتنويع والشراكات وابتكار نماذج الأعمال.
- تحليل المفاضلات الاستراتيجية وتكلفة الفرص البديلة.

اليوم الثالث — تابع

- اختيار الاستراتيجيات التنافسية التي تتوافق مع قدرات المؤسسة وظروف السوق.
- التطبيق العملي والمناقشة: تحليل نموذج أعمال وتطوير مجموعة من البدائل الاستراتيجية التنافسية لمؤسسة محددة.

اليوم الرابع

تنفيذ الاستراتيجية وتحليل الأداء وإدارة المخاطر الاستراتيجية

- تحويل الاستراتيجية التنافسية إلى مبادرات وأولويات أعمال قابلة للتنفيذ.
- تطوير خرائط طريق لتنفيذ الاستراتيجيات التنافسية.
- موازنة الموارد والقدرات المؤسسية مع الأولويات الاستراتيجية.
- تحديد المسؤوليات والملكية والمساءلة عن المبادرات الاستراتيجية.
- متابعة الأداء التنافسي والتقدم في تنفيذ الاستراتيجية.
- تطوير مؤشرات الأداء والمؤشرات التنافسية.
- تحليل فجوات الأداء وتحديد أسباب ضعف الأداء الاستراتيجي.
- تحديد المخاطر الاستراتيجية والسوقية والمالية والتشغيلية والتقنية والتنظيمية.
- تطوير استجابات للتهديدات التنافسية وتغيرات ظروف السوق.
- إدارة التغيير والتكيف المؤسسي المرتبط بتنفيذ الاستراتيجية.
- تعزيز التنسيق بين الإدارات أثناء تنفيذ الاستراتيجية التنافسية.
- التطبيق العملي والمناقشة: إعداد خطة لتنفيذ استراتيجية تنافسية تشمل المبادرات والمسؤوليات ومؤشرات الأداء والمخاطر والإجراءات التصحيحية.

اليوم الخامس

ورشة متكاملة للاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال

- مراجعة منهجية الاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال بصورة متكاملة.
- دمج التحليل الداخلي والتحليل الخارجي ومعلومات السوق وتحليل المنافسين وأداء الأعمال.
- تقييم البدائل التنافسية واختيار الأولويات الاستراتيجية المناسبة.
- إعداد استراتيجية تنافسية متكاملة لوحدة أعمال أو مؤسسة.
- موازنة الأولويات الاستراتيجية مع الموارد والقدرات ومتطلبات التشغيل.
- تحديد عوامل النجاح الحرجة والاعتماديات الاستراتيجية.
- تطوير آليات لمراقبة المنافسة ومؤشرات الإنذار المبكر.
- تحديد مؤشرات الأداء الاستراتيجي والتنافسي وآليات المراجعة الإدارية.
- عرض التحليل التنافسي والتوصيات الاستراتيجية أمام الإدارة العليا.
- إدارة حالة عدم اليقين الاستراتيجي والاستعداد لتغير ظروف المنافسة.
- إعداد خارطة طريق عملية لتنفيذ الاستراتيجية.
- الورشة النهائية وخطة التنفيذ: إعداد وعرض إطار متكامل للاستراتيجية التنافسية وتحليل الأعمال يشمل تحليل السوق ومعلومات المنافسين والقدرات المؤسسية والموقع التنافسي والبدائل الاستراتيجية والمخاطر ومؤشرات الأداء والمبادرات وأولويات التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/competitive-strategy-business-analysis-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440